ICPS International Centre for Policy Studies

Press-Government Interaction
In Germany

Cultural Vistas gGmbH

Друкована преса

Переважна більшість німецьких друкованих видань була заснована у кінці сорокових років XX століття, одразу ж після Другої світової війни . У той час постала необхідність створення нових засобів масової інформації, які б прийшли на заміну пропагандиським виданням Третього Райху. За півсторіччя роботи, видання сформували свою аудиторію, серед якої високою популярністю користується модель підписки. Так, Frankfurter Allgemeine Zeitung читає переважна більшість політиків, фінансистів та CEO німецьких компаній. В той час, як Berliner Morgenpost — газета для східних берлінців робітничого класу.

Втім, наразі, німецькі друковані видання перебувають у кризі. Аудиторія з кожним роком стає все меншою, що впливає на прибутки медіа-холдингів. Більшість читачів переходять на онлайн-версії видань. Так, друкований Der Spiegel за останні декілька років втратив трохи менше половини усіх читачів, а веб-сайт навпаки — збільшив.

Розміри штату навіть регіональних німецьких видань у декілька разів більші за українські. У газеті Der Tagesspiegel, що розповсюджується переважно серед західних берлінців, працює близько сотні журналістів. У федеральних видань штат може досягати декілька сот журналістів з корреспондентами закордоном.

Рівні спілкування в німецькій журналістиці

UNTER EINS | Пишіть,
і можете мене цитувати

UNTER ZWEI | Пишіть,
але ми вам нічого не говорили

UNTER DREI | Не пишіть
і я вам надам інформацію

Bundespressekonferenz

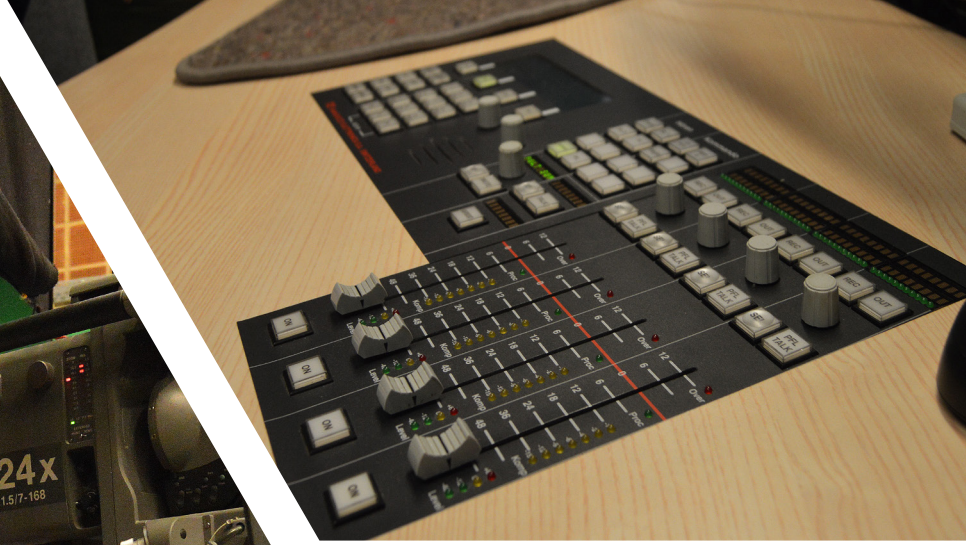
Бундеспресконференція — зустріч журналістів з представниками влади. Унікальна тим, що саме медійники збирають чиновників, які повинні відповідати на усі питання. Ігнорування запрошення може призвести до зниження рейтингів політика та тиску на міністерства з боку громадськості. Брати участь у пресс-конференції мають право лише ті журналісти, видання яких сплатили за членство у спеціалізованій профспілці.

Суспільне мовлення

У Німеччині є як приватні телеканали, так і суспільне мовлення, яке утримується за рахунок податків. Кожна федеральна земля має свої державні телеканали, що об'єднуються у одну корпорацію під назвою ARD. Також існує інший державний телеканал — ZDF. Разом, ARD та ZDF займають близько чверті німецького телевізійного ринку.

Кожен німець повинен заплатити податок на суспільне мовлення, що на 2016 рік складав €17.50 на місяць. Завдяки цьому, лише у ARD річний бюджет складає 6.5 мільярдів євро. Загалом, в медіа-корпорації працює близько 20 тисяч співробітників. ZDF розділяє прибутки та загальний бюджет з ARD.

ZDF та ARD займають перші дві сходинки за популярністю серед усіх каналів Німеччини. Найрейтинговіший комерційний телеканал — лише третій



Переваги на проблеми німецького суспільного мовлення

Німецьке суспільне мовлення, як і друковані видання, було започатковано у кінці сорокових років. За півстоліття роботи, воно спромоглося отримати репутацію повністю незалежних медіа та довіру аудиторії. Програми політичного спрямування на суспільному телебаченні найретинговіші серед усіх телеканалів країни, що значно змешнує можливість маніпуляції інформацією. Важливу роль у підтримці цієї системи відіграють незалежні профспілки.

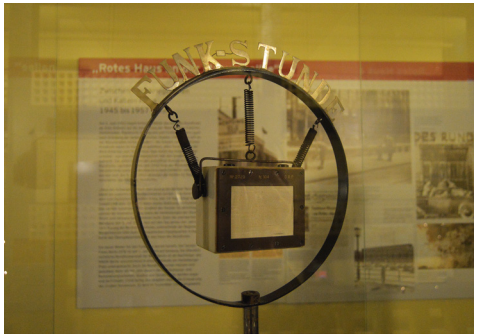
Втім, німці часто критикують суспільне мовлення за високий податок, неможливість відмовитися від його сплати, а загальні рейтинги телеканалів падають. Аудиторія перетікає онлайн, тому необхідність у телерадіомовленні зменшується. Що все частіше ставить під питання його існування.

Суспільне мовлення працює за ринковими законами та окрім фінансування не має жодних квот та преференцій. Саме тому може успішно конкурувати з комерційним телебаченням

Тренінг для українських журналістів

Міжнародний Центр Перспективних Досліджень та фонд Cultural Vistas за підтримки німецького уряду та Державного департаменту США створили програму обміну досвідом з взаємодії преси та урядовців. П'ятнадцять журналістів з друкованних видань, радіо та телебачення різних регіонів України спілкувалися з німецькими журналістами суспільного мовлення, комерційних новинних агенцій та пресс-апарату німецького парламенту.

На першому спільному тренінгу Cultural Vistas та МЦПД працювали з урядовцями над поліпшенням внутрішніх та зовнішніх стратегічних комунікацій. Плануються й інші програми. Слідкуйте за нашим сайтом — www.*icps.com.ua*



UNITED STATES OF AMERICA
EMBASSY
Auswärtiges Amt
CulturalVistas gGmbH
ICPS
International
Centre
for Policy
Studies